

TINGKAT PENGETAHUAN SISWA SDN PEPELEGI I DAN II
SIDOARJO TENTANG IKLAN PASTA GIGI PEPSODENT
VERSI “sikat gigi pagi & malam”
(Studi Deskriptif Tingkat Pengetahuan Siswa SDN Pepelegi I dan II Sidoarjo
Tentang Iklan Pasta Gigi Pepsodent Versi “sikat gigi pagi & malam” Di Televisi).

SKRIPSI



OLEH :

HENDRA WAHYU F
NPM : 0643010063

YAYASAN PENDIDIKAN KESEJAHTERAAN DAN PERUMAHAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
SURABAYA

2012

Judul Penelitian : **TINGKAT PENGETAHUAN SISWA SDN PEPELEGI SIDOARJO TENTANG IKLAN PASTA GIGI PEPSODENT VERSI “sikat gigi pagi & malam” (Studi Deskriptif Tingkat Pengetahuan Siswa SDN Pepelegi Sidoarjo Tentang Iklan Pasta Gigi Pepsodent Versi “sikat gigi pagi & malam” Di Televisi).**

Nama Mahasiswa : **HENDRA WAHYU F**

NPM : **0643010063**

Jurusan : **Ilmu Komunikasi**

Fakultas : **Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik**

Menyetujui,

DOSEN PEMBIMBING

TIM PENGUJI:

1.

Juwito, S.Sos, M.Si
NPT : 3 6704 95 0036 1

Juwito, S.Sos, M.Si
NPT : 3 6704 95 0036 1

2.

Drs. Saifuddin Zuhri, MSi
NPT. 3 7006 94 0035 1

3.

Ir. H. Didiek Tranggono, Msi
NIP. 19581225199001001

Mengetahui,
Ketua ProgdI Ilmu Komunikasi

Juwito, S.Sos, M.Si
NPT : 3 6704 95 0036 1

TINGKAT PENGETAHUAN SISWA SDN PEPELEGI SIDOARJO
TENTANG IKLAN PASTA GIGI PEPSODENT

VERSI “sikat gigi pagi & malam”

(Studi Deskriptif Tingkat Pengetahuan Siswa SDN Pepelegi Sidoarjo Tentang
Iklan Pasta Gigi Pepsodent Versi “sikat gigi pagi & malam” Di Televisi).

Disusun Oleh :

HENDRA WAHYU F
NPM : 0643010063

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

PEMBIMBING

Juwito, S.Sos, M.Si
NPT : 3 6704 95 0036 1

Mengetahui,

DEKAN

Dra. Ec. Hj. Suparwati, MSi
NIP 1 95507 181 983 022 001

Judul Penelitian : **TINGKAT PENGETAHUAN SISWA SDN I DAN II
PEPELEGI SIDOARJO TENTANG IKLAN PASTA
GIGI PEPSODENT VERSI “sikat gigi pagi &
malam”** (Studi Deskriptif Tingkat Pengetahuan Siswa SDN
I dan II Pepelegi Sidoarjo Tentang Iklan Pasta Gigi
Pepsodent Versi “sikat gigi pagi & malam” Di Televisi).

Nama Mahasiswa : HENDRA WAHYU F
NPM : 0643010063
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

Menyetujui,

DOSEN PEMBIMBING

T I M P E N G U J I :

1. Ketua

Juwito, S.Sos, M.Si
NPT : 3 6704 95 0036 1

Juwito, S.Sos, M.Si
NPT : 3 6704 95 0036 1

2. Sekretaris

Drs. Saifuddin Zuhri, MSi
NPT. 3 7006 94 0035 1

3. Anggota

Zainal Abidin Ahmad, M.Si. M.Ed.
NPT. 373.0599.0170.1

Mengetahui,
DEKAN

Dra. Ec. Hj. Suparwati, M.Si
NIP : 19550718 198302 2 001

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT, atas limpahan Rahmat, Nikmat, serta Karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas dan menyusun Skripsi yang berjudul **TINGKAT PENGETAHUAN SISWA SDN PEPELEGI I DAN II SIDOARJO TENTANG IKLAN PASTA GIGI PEPSODENT VERSI “sikat gigi pagi & malam” (Studi Deskriptif Tingkat Pengetahuan Siswa SDN Pepelegi I dan II Sidoarjo Tentang Iklan Pasta Gigi Pepsodent Versi “sikat gigi pagi & malam” Di Televisi).**

Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada Dosen Pembimbing, yang telah berjasa besar dalam memberikan bantuan, dukungan, dan motivasi kepada penulis dalam proses penyusunan Skripsi ini.

Ucapan terima kasih yang dalam juga penulis ungkapkan kepada banyak pihak yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, serta pikirannya sebagai masukan dan semangat kepada penulis, sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan.

Ungkapan terima kasih tersebut penulis persembahkan kepada :

1. Dra. EC. Hj. Suparwati, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Juwito, S.Sos, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Juwito, S.Sos, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan spirit bagi penulis.
4. Semua yang tak bisa penulis sebutkan. Semoga masuk surga. Amin.

Penulis sepenuhnya menyadari, banyak sekali terdapat kekurangan dalam penyusunan Skripsi ini, untuk itu segala bentuk saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan oleh penulis.

Skripsi ini adalah sebuah wujud terima kasih dan persembahan penulis untuk seluruh pembaca, sebagai bentuk kecintaan dan penghargaan penulis terhadap ilmu pengetahuan, juga dengan harapan besar semoga Skripsi ini dapat memberikan pengetahuan dan manfaat bagi semua yang membutuhkan. Terima kasih.

Surabaya, Desember 2012

Penulis

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|---|---------|
| HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI | ii |
| HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI | iii |
| KATA PENGANTAR | iv |
| DAFTAR ISI | vi |
| DAFTAR TABEL | x |
| DAFTAR GAMBAR | xii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiii |
| ABSTRAKSI | xiv |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah | 1 |
| 1.2 Perumusan Masalah | 7 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 7 |
| 1.4 Kegunaan Penelitian | 8 |
| 1.4.1 Kegunaan Teoritis | 8 |
| 1.4.2 Kegunaan Praktis | 8 |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA | 9 |
| 2.1 Landasan Teori | 9 |
| 2.1.1 Tingkat Pengetahuan | 9 |
| 2.1.2 Periklanan | 9 |
| 2.1.3 Unsur – Unsur Iklan | 11 |
| 2.1.4 Televisi Sebagai Media Beriklan | 13 |

| | | |
|----------------------------------|--|----|
| 2.1.5 | Kampanye Kesehatan Pepsodent | 14 |
| 2.1.6 | Iklan Pasta Gigi Pepsodent | 16 |
| 2.1.7 | Khalayak Televisi | 17 |
| 2.1.8 | Teori S – O – R (Stimulus – Organisme – Respons) | 18 |
| 2.2 | Kerangka Berfikir | 21 |
| BAB III METODE PENELITIAN | | 24 |
| 3.1 | Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel | 24 |
| 3.1.1 | Tingkat Pengetahuan Siswa SD di Sidoarjo Tentang Iklan Pasta Gigi Pepsodent Versi “Little Monster” | 24 |
| 3.1.2 | Pengukuran Variabel | 26 |
| 3.2 | Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel | 29 |
| 3.2.1 | Populasi | 29 |
| 3.2.2 | Sampel dan Teknik Penarikan Sampel..... | 30 |
| 3.3 | Pengumpulan Data..... | 30 |
| 3.4 | Analisis Data | 31 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN..... | | 33 |
| 4.1 | Gambaran Umum Obyek | 33 |
| 4.1.1 | Profil Sekolah | 33 |
| 4.1.2 | Visi dan Misi Sekolah | 34 |
| 4.1.3 | Struktur Organisasi Sekolah | 35 |
| 4.1.4 | Tugas dan Wewenang | 35 |
| 4.2 | Penyajian data dan Analisa Data | 37 |
| 4.2.1 | Identitas Responden | 37 |
| 4.2.1.1 | Jenis Kelamin Responden..... | 37 |
| 4.2.1.2 | Usia Responden | 38 |
| 4.2.2 | Berdasarkan Penggunaan Media..... | 39 |

| | | |
|----------|---|----|
| 4.2.2.1 | Apakah Responden Pernah Menonton Iklan Pasta Gigi Pepsodent Versi “Little Monster” | 39 |
| 4.2.2.2 | Frekuensi Responden Dalam Menonton Iklan..... | 40 |
| 4.2.2.3 | Durasi Responden Dalam Menonton Iklan..... | 41 |
| 4.2.3 | Tingkat Pengetahuan Siswa SD di Sidoarjo Tentang Iklan Pasta Gigi Pepsodent Versi “Little Monster” | 42 |
| 4.2.3.1 | Pengetahuan Tentang Iklan Pasta Gigi Pepsodent Versi “Little Monster” Merupakan Bagian Dari Kampanye Kesehatan Pepsodent..... | 42 |
| 4.2.3.2 | Pengetahuan Tentang Model Dalam Iklan Pasta Gigi Pepsodent Versi “Little Monster” | 43 |
| 4.2.3.3 | Pengetahuan Tentang Jumlah Model Dalam Iklan Pasta Gigi Pepsodent Versi “Little Monster” | 44 |
| 4.2.3.4 | Pengetahuan Tentang Maksud Digunakannya Beberapa Model Dalam Iklan Pasta Gigi Pepsodent Versi “Little Monster” | 46 |
| 4.2.3.5 | Pengetahuan Tentang Boneka Dalam Iklan Pasta Gigi Pepsodent Versi “Little Monster” | 47 |
| 4.2.3.6 | Pengetahuan Tentang Maksud Digunakannya Boneka Dalam Iklan Pasta Gigi Pepsodent Versi “Little Monster” | 49 |
| 4.2.3.7 | Pengetahuan Tentang Tempat Yang Digunakan Dalam Iklan Pasta Gigi Pepsodent Versi “Little Monster” | 50 |
| 4.2.3.8 | Pengetahuan Tentang Maksud Digunakannya Tempat Dalam Iklan Pasta Gigi Pepsodent Versi “Little Monster” | 51 |
| 4.2.3.9 | Pengetahuan Tentang Slogan Iklan Pasta Gigi Pepsodent Versi “Little Monster” | 53 |
| 4.2.3.10 | Pengetahuan Tentang Maksud Slogan Iklan Pasta Gigi Pepsodent Versi “Little Monster” | 54 |

| | | |
|----------------------------------|--|----|
| 4.2.3.11 | Pengetahuan Tentang Maksud Kata-kata Yang Diucapkan Oleh Model Dalam Iklan Pasta Gigi Pepsodent Versi “Little Monster” | 55 |
| 4.2.3.12 | Pengetahuan Tentang Menyikat Gigi Yang Baik Adalah Pada Pagi Hari Dan Malam Hari | 57 |
| 4.2.3.13 | Pengetahuan Tentang Pasta Gigi Pepsodent Mengandung Zat Yang Berguna Untuk Mencegah Gigi Berlubang | 58 |
| 4.3 | Tingkat Pengetahuan Siswa SD di Sidoarjo Tentang Iklan Pasta Gigi Pepsodent Versi “Little Monster” | 60 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | | 63 |
| 5.1 | Kesimpulan..... | 63 |
| 5.2 | Saran | 64 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | | 65 |
| LAMPIRAN | | 67 |

ABSTRAK

HENDRA WAHYU F. TINGKAT PENGETAHUAN SISWA SDN PEPELEGI SIDOARJO TENTANG IKLAN PASTA GIGI PEPSODENT VERSI “sikat gigi pagi & malam” (Studi Deskriptif Tingkat Pengetahuan Siswa SDN Pepelegi Sidoarjo Tentang Iklan Pasta Gigi Pepsodent Versi “sikat gigi pagi & malam” Di Televisi).

Penelitian ini bertujuan tingkat pengetahuan siswa SDN Pepelegi I dan II Sidoarjo tentang iklan pasta gigi Pepsodent versi “sikat gigi pagi & malam”.

Teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah tingkat pengetahuan, televisi sebagai media beriklan, unsur-unsur iklan, khalayak televisi, teori S – O – R (Stimulus – Organisme – Respons).

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini adalah Siswa SDN Pepelegi I dan II Sidoarjo kelas 5 dan kelas 6 sebanyak 139 siswa. Teknik penarikan sampel menggunakan metode total sampling. Penelitian ini menggunakan metode survei. Data dari kuisioner tersebut ditabulasikan, kemudian dianalisis dan diinterpretasikan secara deskriptif.

Dari analisis dan pembahasan yang telah dijabarkan oleh peneliti berupa penyajian data yang dijelaskan dalam bentuk tabel frekuensi kemudian telah mengalami proses analisis dan pengolahan data, maka dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa tingkat pengetahuan siswa SDN Pepelegi I dan II Sidoarjo tentang iklan pasta gigi Pepsodent versi “sikat gigi pagi & malam” adalah pada kategori tingkat pengetahuan tinggi dengan jumlah 76 siswa.

Kata kunci : Tingkat pengetahuan, Siswa SDN Pepelegi I dan II, Sidoarjo, Iklan pasta gigi Pepsodent.

ABSTRACT

This study aims at the knowledge level of students SDN Pepelegi I and II Sidoarjo on Pepsodent toothpaste ad version of "toothbrush morning and evening".

The theories used in this study is the level of knowledge, as television advertising media, elements of advertising, television audiences, the theory S - O - R (Stimulus - Organism - Response).

This study used quantitative descriptive methods. The samples in this study were students SDN Pepelegi I and II Sidoarjo grade 5 and grade 6 students as much as 139. The sampling technique using total sampling method. This study uses survey. Data from the questionnaires were tabulated, analyzed and interpreted descriptively.

From the analysis and discussion that has been described by researchers in the form of data presentation are described in terms of the frequency table then has undergone a process of analysis and processing of data, in this study it can be concluded that the level of knowledge of students of SDN Pepelegi I and II Sidoarjo on Pepsodent toothpaste ad version "brush your teeth morning and night "is the high-level categories pengetahuan by the number of 76 students.

Keywords: Level of knowledge, students SDN Pepelegi I and II, Sidoarjo, Pepsodent toothpaste ad.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan informasi kian tumbuh dengan pesat sehingga banyak menghasilkan inovasi baru yang diciptakan dalam rangka pemenuhan kebutuhan manusia yang semakin beragam khususnya kebutuhan akan informasi. Seiring dengan perkembangan zaman, akhirnya manusia dituntut untuk mengetahui berbagai informasi yang beraneka ragam. Agar informasi tersebut dapat diterima oleh masyarakat luas sesuai dengan keinginan masyarakat, maka media yang dapat digunakan dalam penyampaian informasi dan pesan adalah media massa baik cetak maupun elektronik.

Televisi merupakan salah satu media elektronik yang dapat menyampaikan informasi kepada khalayak atau masyarakat luas. Media televisi pada hakikatnya merupakan suatu sistem komunikasi yang menggunakan suatu rangkaian gambar elektronik yang dipancarkan secara tepat, berurutan dan diiringi dengan unsur audio (Sutisno, 1993:1). Kata televisi (television) berasal dari kata TELE berasal dari bahasa Yunani yang berarti jauh, sedangkan kata VISION berasal dari bahasa Latin, Videre yang artinya melihat. Jadi, kata televisi dapat diartikan melihat dari jauh (Darwanto, 1994:39).

Munculnya televisi merupakan bentuk penampilan audio visual yang berkembang dan menjelma sebagai jendela dunia informasi bagi masyarakat luas. Televisi memiliki beberapa karakteristik tertentu dalam pemenuhan berbagai macam tujuan komunikasi, yakni televisi memiliki jangkauan dan dapat menghadirkan obyek yang amat kecil atau besar, berbahaya ataupun langka secara visual. Dapat menyebarluaskan informasi secara serentak dengan cepat ke berbagai tempat yang berjauhan, mampu membangkitkan perasaan seseorang, selain itu televisi dapat “meniadakan” perbedaan jarak dan waktu.

Iklan di televisi mampu menciptakan karakteristiknya sendiri. Hal itu semakin menambah nilai positif dan menimbulkan pengaruh terhadap khalayaknya yang menonton atau melihat tayangan iklan tersebut di televisi. Kelebihan-kelebihan televisi sebagai iklan ini berlaku dimana saja secara umum. Berkesan realistik, sifatnya yang visual dan merupakan kombinasi warna, gerakan, dan suara, maka iklan-iklan yang disuguhkan di televisi nampak begitu hidup dan nyata. Dengan kelebihan itu para pengiklan dapat menunjukkan isi pesan tersebut secara detail. Diharapkan melalui iklan yang ditayangkan di televisi khalayak dapat lebih tanggap dan memberikan perhatian terhadap iklan yang sedang ditampilkan.

Pengaruh iklan terhadap khalayak umumnya dapat menambah pengetahuan dan memberikan informasi, dan secara khusus setelah melihat tayangan iklan tersebut khalayak diharapkan dapat secara langsung terpengaruh sehingga dapat mengerti isi pesan yang terdapat pada iklan

tersebut, dan akhirnya dapat memberikan respon yang positif karena seringnya iklan tersebut ditayangkan secara berulang-ulang dalam sehari.

Tidak bisa dipungkiri bahwa iklan dapat menimbulkan kontroversi seperti tindakan seseorang berubah karena memperoleh terpaan iklan tertentu. Akibatnya secara komplitif terpaan iklan dapat terjadi sepanjang kehidupan seseorang dan berperan untuk penneguhan nilai-nilai baru, memodifikasi serta membuang nilai-nilai yang lama. Iklan telah mempengaruhi manusia untuk memilih apa saja mulai dari kebutuhan barang maupun jasa.

Permasalahan tentang kesehatan gigi dan mulut yang timbul di masyarakat khususnya anak-anak sangat bertolak belakang dengan banyaknya upaya yang dilakukan untuk mencegahnya. Beragam informasi mengenai kesehatan khususnya gigi dan mulut yang mudah diperoleh, pemberitahuan melalui iklan-iklan ditelevisi juga gencar diserukan. Selain itu telah banyak dilakukan upaya-upaya nyata untuk mengetasi masalah tersebut melalui penyuluhan-penyuluhan dan skrinning rutin dari tim Unit Kesehatan Gigi Sekolah masih belum mampu menganggulangi masalah tersebut.

Pepsodent adalah pasta gigi yang paling terkenal dan tertua di Indonesia, sejak awal keberadaannya selalu memberikan lebih dari sekedar kemanjuran dasar. Pepsodent adalah pasta gigi pertama di Indonesia yang kembali meluncurkan pasta gigi berflorida pada tahun 1980-an dan satu-satunya pasta gigi di Indonesia yang secara aktif mendidik dan

mempromosikan kebiasaan menyikat gigi secara benar melalui program sekolah dan layanan pemeriksaan gigi gratis. Sejak itu Pepsodent telah melengkapi jajaran produknya mulai dari pembersihan dasar hingga pasta gigi dengan manfaat lengkap. Pepsodent memahami bahwa banyak bagian di Indonesia yang mengalami masalah gigi dan juga dihadapkan pada masalah rendahnya jumlah dokter gigi dan jumlah penduduk itu sendiri. Itulah sebabnya mengapa program Pemeriksaan Gigi Gratis Pepsodent khusus dirancang untuk menjangkau orang-orang ini dengan memberikan perawatan dan pendidikan gigi gratis dengan cara yang menyenangkan dan memungkinkan untuk dilaksanakan dengan program ini, seluruh keluarga dapat memiliki kebiasaan kesehatan mulut dan gigi yang lebih baik. Ini juga merupakan usaha untuk mendorong rakyat Indonesia mengunjungi dokter gigi secara rutin sebagai bagian dari kebiasaan pencegahan gigi berlubang.

Mengambil iklan pasta gigi Pepsodent versi “sikat gigi siang & malam” sebagai obyek penelitian, karena iklan tersebut mencermati permasalahan tentang kesehatan gigi salah satunya adalah karies atau gigi berlubang yang tengah dialami oleh masyarakat kita khususnya pada anak-anak. Karies atau gigi berlubang merupakan suatu penyakit jaringan keras gigi, yaitu email, dentin dan sementum, yang disebabkan oleh aktivitas suatu jasad renik dalam suatu karbohidrat yang diragikan.

Gigi yang mudah sekali terserang karies adalah gigi sulung (gigi anak). Ini disebabkan karena struktur giginya lebih tipis dan lebih kecil dibandingkan dengan gigi dewasa (gigi tetap).

Saat ini anak-anak berusia 6-12 tahun diseluruh Indonesia mengalami karies gigi yang belum ditangani. Karies adalah salah satu bukti tidak terawatnya kondisi mulut dan gigi. Fakta ini ditunjang dari Survei Kesehatan Nasional tahun 1998, mengenai perilaku masyarakat tentang perawatan kesehatan gigi dan mulut, bahwa 77,2 persen penduduk memang menyikat giginya namun hanya 8,1 persen saja yang menyikat gigi sesuai anjuran yakni setelah sarapan pagi dan sebelum tidur malam (<http://www.unilever.co.id/id.ourcompany/beritaandmedia/siaranpers/2007/GerakanNasionalSikatGigiBersama.asp>)

Survei tentang kebiasaan dan sikap menunjukkan hanya sekitar 34% dari rakyat Indonesia yang menyikat gigi mereka sebelum tidur. Bahkan dari penelitian klinis ditemukan bahwa pada penghitungan bakteri di pagi hari jumlahnya berlipat ganda dua kali lebih cepat pada malam hari ketimbang pada waktu lain di siang hari. Ini menunjukkan bahwa pertumbuhan bakteri meningkat paling pesat selama malam hari dan dapat meningkatkan kemungkinan terjadinya lubang. Bukti yang ada dewasa ini juga mendukung menyikat gigi dengan pasta gigi berflorida sebelum tidur pada malam hari karena perlindungan tambahan yang diberikannya untuk waktu yang lebih lama pada malam hari. Oleh karena itulah mengapa Pepsodent merasa perlu untuk menggunakan tema Menyikat Gigi pada Malam Hari sebagai kampanye kesehatannya untuk membuat orang Indonesia menyikat gigi mereka sebelum tidur pada malam hari sebagai

bagian dari kebiasaan mencegah terjadinya gigi berlubang (<http://www.unilever.co.id/id/produkkami/personalcare/pepsodent.asp>).

Berangkat dari fenomena tersebut maka perlu adanya perhatian mengenai pentingnya pengetahuan sejak dini tentang perawatan kesehatan gigi dan mulut khususnya kepada anak usia 6-12 tahun yang memiliki perilaku yang beresiko tinggi terkena masalah gigi khususnya karies gigi atau gigi berlubang salah satunya melalui iklan.

Pengetahuan khalayak terhadap iklan merupakan aspek untuk menentukan keberhasilan pengiklan dalam mengkomunikasikan sebuah iklan. Melalui iklan, khalayak diharapkan dapat mengetahui isi pesan iklan yang ditayangkan di televisi. Tanggapan khalayak terhadap pesan, merupakan proses dimana pesan tersebut dapat dimengerti dan menjadi bahan pengetahuan khalayak terhadap iklan pasta gigi Pepsodent versi “sikat gigi siang & malam” di televisi.

Terpaan iklan pasta gigi Pepsodent versi “sikat gigi siang & malam” di televisi secara terus menerus tentunya akan membawa hasil tersendiri bagi khalayak, khususnya terhadap perubahan pengetahuan. Dalam artian khalayak setelah menonton iklan tersebut diharapkan dapat mengerti, memahami dan mengetahui isi pesan yang disampaikan. Sehingga membawa perubahan pada efek kognitif yang merupakan proses dalam penerimaan pesan.

Menurut WHO pembusukan gigi masih menjadi masalah utama kesehatan di sebagian besar negara industri karena masalah tersebut menyerang 60%-90% anak-anak usia sekolah dan sebagian besar orang dewasa. Sekitar 63% penduduk Indonesia menderita masalah pembusukan gigi serius, rata-rata 1,89 kebusukan gigi per orang (Sumber: Sesanas 1998 dan SKRT 1995) Sekitar 1,3% penduduk Indonesia memiliki masalah gigi setiap bulan yang mencapai rata-rata 3,86 sehari di sekolah dan kantor (Sumber: Lembaga Penelitian dan Pengembangan Nasional, Depkes-RI; Persepsi dan Motivasi dari Masyarakat Peduli Gigi – Survei Ekonomi & Sosial Nasional, 1998).

Oleh karena itulah mengapa Pepsodent merasa perlu untuk menggunakan tema Menyikat Gigi pada Malam Hari sebagai kampanye kesehatannya untuk membuat orang Indonesia menyikat gigi mereka sebelum tidur pada malam hari sebagai bagian dari kebiasaan mencegah gigi berlubang.

Sidoarjo dipilih menjadi daerah penelitian karena berdasarkan data yang diperoleh dari Dinas Kesehatan JawaTimur bahwa Kabupaten Sidoarjo menempati urutan ke-3 (tiga) di Jawa Timur dalam permasalahan kesehatan gigi dan mulut untuk siswa SD. Tercatat sebanyak 141.605 siswa dari 689.677 siswa mengalami permasalahan kesehatan gigi dan mulut (www.dinkesjatim.go.id). Objek dalam penelitian ini adalah siswa SD kelas 5 dan kelas 6, usia 10 hingga 12 tahun dan bersekolah di SD yang masuk dalam wilayah kelurahan-kelurahan dibawah pengawasan Puskesmas

kecamatan Sidoarjo. Alasan peneliti menjadikan siswa SD kelas 5 dan kelas 6, usia 10 hingga 12 tahun sebagai objek penelitian adalah karena pada usia 10 hingga 12 tahun, anak-anak mulai memperlihatkan keterampilan-keterampilan manipulatif menyerupai kemampuan-kemampuan orang-orang dewasa

Kelurahan-kelurahan yang berada dibawah pengawasan Puskesmas kecamatan Sidoarjo dipilih menjadi lokasi penelitian karena berdasarkan data yang diperoleh peneliti dari Puskesmas kecamatan Sidoarjo bahwa sebanyak 6.335 jiwa di wilayah tersebut mempunyai permasalahan yang berkaitan dengan kesehatan gigi dan mulut. Permasalahan yang berkaitan dengan gigi dan mulut tersebut terdiri dari tiga jenis penyakit dan ke-tiga jenis masuk dalam daftar 10 penyakit terbesar pada tahun 2011.

Responden dalam penelitian ini adalah siswa SDN Pepelegi I dan II. Sekolah tersebut terpilih karena berdasarkan hasil pemeriksaan tim UKGS Puskesmas kecamatan Sidoarjo, kelurahan Pepelegi Sidoarjo yang tertinggi dalam kasus gigi berlubang dan tercatat sebanyak 139 dari 712 siswa SDN Pepelegi Sidoarjo. (sumber : Poli Gigi Puskesmas Kecamatan Sidoarjo Tahun 2011).

Berpijak dari masalah tersebut maka peneliti ingin mengetahui tingkat pengetahuan siswa SDN Pepelegi I dan II Sidoarjo tentang iklan pasta gigi Pepsodent versi “sikat gigi pagi & malam”.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan maka dapat dirumuskan permasalahan yang menjadikan pentingnya penelitian ini dilakukan, yaitu : Bagaimana tingkat pengetahuan siswa SDN Pepelegi I dan II Sidoarjo tentang iklan pasta gigi Pepsodent versi “sikat gigi pagi & malam”?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat pengetahuan siswa SDN Pepelegi I dan II Sidoarjo tentang iklan pasta gigi Pepsodent versi “sikat gigi pagi & malam”.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Hasil dari penelitian ini dapat memperluas wawasan keilmuan dan dapat memberikan sumbangan pemikiran, pengembangan dan penerapan teori-teori pada penelitian dibidang ilmu komunikasi.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan kepada siswa SDN Pepelegi I dan II Sidoarjo tentang iklan pasta gigi Pepsodent versi “sikat gigi pagi & malam” agar lebih menjaga kesehatan gigi serta akan bahaya gigi berlubang.